

Sanoma neemt SCOUPLY en Kortingsleuk.nl over

01-06-2016 12:56



Sanoma Media Netherlands breidt haar belang in Nederlands grootste Cashback Marketing platform SCOUPLY uit en neemt ook een meerderheidsbelang in het cashback platform Kortingsleuk.nl.

Gezamenlijk gaan beide bedrijven verder onder de naam SCOUPLY en vestigen zich bij Sanoma in Hoofddorp. De gezamenlijke ambitie is om verder te bouwen aan het grootste datagedreven marketing platform voor Fast Moving Consumer Goods (FMCG)-merken. Hiervoor wordt tevens de samenwerking met hettestpanel.nl geïntensiveerd. Voor Sanoma is dit een volgende stap in het beschikbaar maken van datagedreven, gepersonaliseerde (re)targeting voor adverteerders.

Het dagelijks management blijft bij oprichters Valentijn Bras (CEO), Geert Luijendijk (COO) en Jeroen Lubbers (CCO), gezamenlijk behouden zij een minderheidsbelang. Pascal Averdijk (Sanoma) neemt de rol van CFO op zich.

De overname past binnen de strategie van Sanoma | SBS als 'marketing solutions provider'. Door intensief samen te werken met hettestpanel.nl wil Sanoma de enorme hoeveelheid aan beschikbare consumentendata van SCOUPLY en kortingsleuk.nl inzetten en koppelen aan verdiepend online onderzoek, om zo inzicht in consumentengedrag, merkvoorkeuren en aankooppatronen te verkrijgen. Die informatie kan vervolgens worden gebruikt om deze in te zetten in gepersonaliseerde marketing en (re)targeting campagnes. Dit leidt tot nieuwe sales- en marketingproposities voor adverteerders van Sanoma naast haar bestaande crossmediale

aanbod.

Het is zeer interessant om te weten welke consument interesse heeft in welke producten

'Klanten van SCOUPLY zijn veelal ook belangrijke klanten voor ons', zegt Peter de Mönnink, CEO van Sanoma | SBS. 'Dat geldt zowel voor het media- als voor het datagedeelte van de business van SCOUPLY. Het is zeer interessant om te weten welke consument interesse heeft in welke producten. Met deze informatie kunnen we, binnen de daarvoor geldende wettelijke kaders, deze kopers in de toekomst persoonlijk en uiterst relevant informeren over acties en aanbiedingen van onze adverteerders. Voeg daar Kortingisleuk.nl aan toe, dat de consument online weet te activeren, om deze vervolgens offline, in de supermarkt of drogist, een aankoop te laten doen. Zo kunnen we de gebruikersbase in één klap aanzienlijk vergroten en onze klanten optimaal bereik bieden voor hun trial- en penetratie doelstellingen. De activiteiten van SCOUPLY en Kortingisleuk.nl sluiten daarmee naadloos aan op onze visie dat data en personalisatie, gekoppeld aan het juiste bereik, steeds belangrijker worden in de mediawereld. En juist daar willen wij een aantoonbare meerwaarde bieden voor onze adverteerders.' aldus de Mönnink.

In 2012 startte de samenwerking tussen Sanoma en SCOUPLY. Vanuit SanomaVentures investeerde Sanoma in SCOUPLY, dat inmiddels als marktleider ruim 1,2 miljoen app downloads kent. Valentijn Bras, oprichter en CEO van SCOUPLY: 'Dit is een geweldige kans om SCOUPLY naar het volgende niveau te tillen. In Nederland, maar wellicht ook binnenkort al in andere landen waar Sanoma actief is.'

Kortingisleuk.nl medeoprichter Geert Luijendijk kijkt uit naar de nieuwe samenwerking: 'Met onze onderscheidende Cashback Marketing proposities zijn we zeer complementair aan SCOUPLY. Door onze krachten met Sanoma en SCOUPLY te bundelen, zijn we er van overtuigd dat we een krachtige combinatie vormen, waarbij we A-merk fabrikanten gaan helpen nieuwe wegen in te slaan in FMCG-marketing. Met bereik, activatie, clearing, data en personalised marketing. Online-to-offline!'